



***Entidade também adotou linguagem mais moderna e próxima dos participantes e beneficiários***

Há pouco mais de um ano, a FAPES, que gere os planos de previdência complementar e saúde do Sistema BNDES, criou a Gerência de Relacionamento Institucional visando estabelecer a estratégia de marca, comunicação e relacionamento da entidade, ampliando a escuta e o diálogo com seus patrocinadores, participantes, assistidos, beneficiários e demais públicos de interesse.

Após um profundo trabalho interno de sua equipe de designers e profissionais de comunicação e marketing, a Fundação lançou hoje a renovação de sua marca, sem perder a essência. A cor azul, que representa confiança, inovação e harmonia, já fazia parte da paleta da FAPES mas estava na marca. Agora, ganhou destaque, abraçando os pilares de conteúdo: Institucional, Saúde, Previdência e Investimento. “A nova marca é atemporal e consolida o nosso DNA”, afirma a gerente de Relacionamento Institucional, Priscila Zamponi. “Manter o olhar atento às mudanças promove a evolução constante, garantindo atendimento e cuidado de excelência e nos colocando como a principal escolha para aqueles que buscam tranquilidade financeira”, completa.

A Fundação também adotou uma linguagem mais moderna e próxima dos participantes e beneficiários, com uma voz mais acolhedora, empática e transparente, alinhada aos valores da entidade. A humanização é a chave para essa transformação, conta Priscila. “Mais do que nunca, acreditamos que criar conexões, ouvir, aprender e colaborar são os alicerces da nossa marca. Estamos construindo juntos esta história de sucesso”, diz.

**Fonte:** Denise Chaves, em 11.03.2024